

京都支部の広報事業について

令和6年7月22日
令和6年度 第1回評議会

支部の広報活動における課題の整理・3か年の広報方針の策定と目標の設定

支部の広報活動においては、下記のような課題があったため、令和3年度より、PRコンサルティングにかかる業務委託を活用し、**3か年にわたって中長期的な広報計画を作成**し、改善を図った。

支部の**広報課題**と課題に応じた**方針**の策定

① 広報活動が事業ごと・単年度ごとの取り組みとなり、継続性がない

▶ **方針1:一貫性を持った中長期型広報戦略**

② 情報過多で説得的、広報資材のターゲットインサイトが見えてこない

▶ **方針2:ターゲット視点での情報発信**

③ 計画→実行→効果検証→改善という健全なPDCAが回っていない

▶ **方針3:健全なPDCAが回る強固な広報基盤づくり**

対応する施策：

- ・3か年の**中長期型広報戦略**の策定と実行（P4）
- ・**コンセプト**に沿った一貫性のある広報活動（P5）

広報計画における目的と、目的を達成するための方針の整理

PRコンサルティング事業者の知見を活用しながら、広報計画を整理した。

【広報計画における目的】

京都支部事業の認知度向上、ブランディング

各事業を推進しやすくなるためには、支部の認知度やイメージの向上、**支部事業の価値**の訴求が必要である。

〈訴求したい当支部のイメージ・価値〉

協会けんぽ京都支部は、保有するデータやノウハウを活用し、保健事業等を通して、加入者や事業所等に対して“今の数値、状況をお知らせ”し、また、現状を“よりよくするサポート体制”があり、また“寄り添い型のコミュニケーションを提供する組織である”ことを訴求したい。

【目的を達成するための基本方針（1）】

（1）届いてほしいターゲットに届ける広報の実施

〈目標〉ターゲットの属性ターゲットの心理を理解し、メッセージを届けることができるようになること
コアターゲットの周辺（事業所・地域・社会）を意識し、効果的にコアターゲットへ情報を伝播できるような手法を検討・実施する。

【目的を達成するための基本方針（2）】

（2）今後に繋がる基盤（情報インフラ・職員のスキル・メディア等との繋がり）の拡充

①事業所とのコミュニケーション、メディアとのコミュニケーションを活用した広報活動

〈目標〉「京都の健康」に関する情報提供元として、報道関係者や関係団体からの認知を獲得する。

・事業所との繋がり強化

広報活動を通し、事業所とのコミュニケーションを活性化させることを目指している。

・第三者メディアとの繋がり強化

ターゲットへのアプローチ方法（コミュニケーション方法）に偏りを持たせないようにするため、多様な方法による発信を行う必要があるということから、今後さらに第三者メディアから求められるコンテンツ作りや発信手法を活用する。

②広報活動における情報インフラ（HP、LP（特設ページ）、紙媒体）等の整備・改良

〈目標〉既存の自社メディアの課題を抽出し、改善するPDCAサイクルを回せるようになること。

③広報活動における職員の知識・ノウハウの蓄積

〈目標〉協会内での情報収集、情報整理などの基礎的な活動が自立してできるようになること。

広報計画イメージ

3か年の中長期型広報戦略と目指すべき姿

基本方針と3か年計画

ブランディング(協会の認知度向上、価値の向上)

目指す姿(3か年計画終了時にあるべき姿)

京都支部事業のイメージを向上させること、現在値のコンセプトの認知度を向上させること

- ・コンセプトの積極活用や、自社メディア・プレスリリース、チラシなどのターゲットの目につくところでのデザインの統一感を意識する。
- ・達成目標としては、アンケートなどの数値の変化を追うことが適切。
- 京都支部事業のイメージ、現在値のコンセプトの認知度に関するアンケートの結果をもとに課題を抽出、改善できるようになることが必要。

R3

R4

R5

広報の基盤づくり (情報インフラ面・スキル面)

目指す姿(3か年計画終了時にあるべき姿)

- ・システム面: **自社メディアの適切な管理**
→無料ツールや外部委託先を利用して課題を抽出し、改善するPDCAサイクルを担当者レベルで回せるようになること。
- ・スキル面: **自立した発信活動**
→協会内での情報収集、情報整理などの基礎的な活動が自立してできるようになること。
プレスリリースを例に挙げると、制作、配信、記者へのプロモート活動が自立してできるようになること。

ターゲット視点での情報発信 (加入者個人、事業主、社会の 3つの視点からのコミュニケーション)

目指す姿(3か年計画終了時にあるべき姿)

ターゲットの属性の他、**ターゲットの心理を理解できていること**

- ・ターゲットの属性は目につきやすいが、ターゲットの心理は後回しになりがち。
- ・心理を捉える一つの指標としては「**加入者の悩みの深さ**」等がある。
- ・悩みの深さによって、広報の手法や、メッセージを変える(工夫する)ことにより、ターゲット視点での情報発信に近づく。
- ・心理を知るためにはアンケートや定性調査(インタビュー)等が適切。
- 最終的には、悩みの深さまで捉えたペルソナ像を広報のターゲットに対して設定できるようになることが必要。

コンセプト 「現在値（いま）」をみよう



コンセプト使用例

健診を受けて
健康の「現在値（いま）」をみよう

コラボヘルスを推進して従業員や会社の「現在値（いま）」をよりよくしよう

医療費の「現在値（いま）」をみて、
ジェネリック医薬品を使用するなど、
医療保険制度を維持するためにできることを考えよう

生活の中からみえる数値を意識いただく 動画や特設サイトを制作。

性別・年代は同じである3人のモデルの生活習慣とそれにかかわる数字を見せながら、視聴者に自身の生活習慣について気づきを持っていただくことがテーマです。



脂質・塩分・カロリー
（保健G管理栄養士と
連携して作成）

特設サイトイメージ



2.広報計画 -その他：ターゲットを意識した広報-

■メディアや事業所等の、第三者の発信力を活用したターゲットへの情報発信

・これまでの支部は直接加入者個人に対し、協会が発信するのみであった。これでは情報の伝わり方に偏りがでてしまう。

→加入者の周囲への啓発を行い、コアターゲットである加入者に情報を伝播させる計画を策定、実施。（図1）

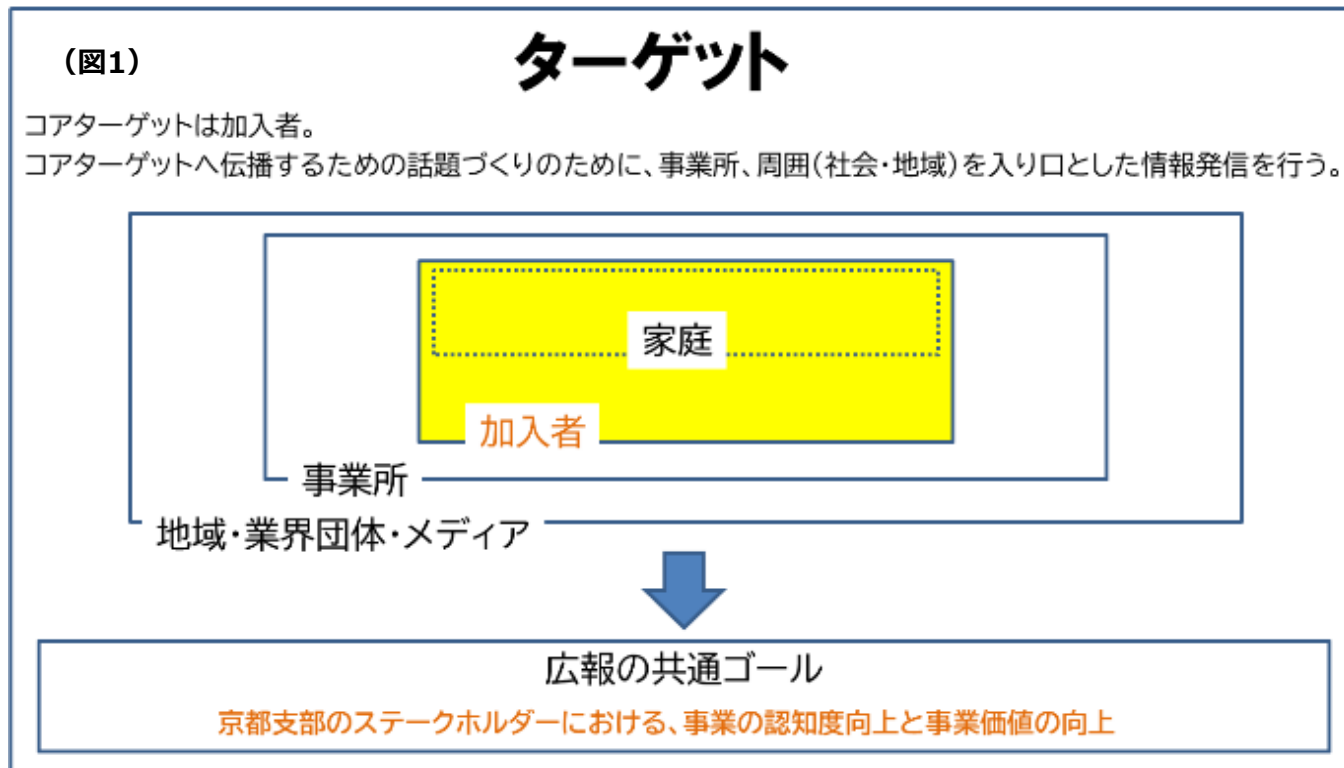
具体的には、メディアの発信力を活用することを狙ったプレスリリースや個別プロモート、事業所の発信力を活用することを狙った、宣言事業所とのコラボ座談会等の記事化を行っている。

令和5年度重点をおいた業態

運輸業・建設業の事業所ならびに関係事業所団体

〈重点を置いた理由等〉

加入事業所の健康診断等のデータを業態別に分析したところ、冠動脈疾患リスク（吹田スコア、相対危険度）が京都支部平均より高いという健康課題があることがわかっているため。



3.具体的施策 -令和5年度施策一覧-

実施施策	概要	施策ごとの結果（効果）
報道機関向けアプローチ (ニュースリリースの作成・配信)	・ 配信サイト@PRESSを使用し、ニュースリリースを3回配信 (R5年10月16日・R5年11月13日・R6年3月1日) ・ 配信に合わせ、府政記者クラブへも投げ込み	紙面や、WEBサイトにて記事の掲載に至った。 主な掲載先 【紙面】 ・ 京都新聞（朝・夕刊）・読売新聞・日刊スポーツ ・ スポーツニッポン・へるすあっぷ21 等 【WEBサイト】 ・ Yahooニュース・保健指導リソースガイド・Mapionニュース 他多数
メディアタイアップ① (記事型広告)	・ シティリビングWEB京都タイアップ (R5年12月6日) ・ 女性読者の多い媒体にて、女性の健康と健康に関する悩みについて、読者2名と座談会を行い、記事を掲載	・ PV数（ページ訪問数）：1,736PV ・ アンケート応募数：751件 ・ 読者に参加いただくことで、同年代の読者に共感を持っていただけの記事となった。
メディアタイアップ② (記事型広告)	・ 京都新聞WEBタイアップ (R6年2月29日) ・ 「京都働き世代の健康データブック」の概要についてプロが取材	・ 合計インプレッション数 (広告が表示された件数)：1,168,626件 ・ PV数（中身を閲覧した件数）：957PV ・ 京都で働く方の健康をテーマにした内容のため、タイトルをみて興味を持つ人と持たない人ではっきり分かれた可能性。今後も、多くの人に見てもらうために、タイトルやキャッチコピーの検討を行っていく。
自社メディアの充実	・ LP（特設サイト）ページ制作4件 ①タクシー業界との座談会 ②坂根先生監修 運動習慣と糖尿病の関係 ③建設業界との座談会 ④「京都働き世代のデータブック」の概要 (①R5年10月16日・②R5年11月13日 ③R6年2月26日・④R6年3月1日)	・ 期間中総ページビュー6,018PV 1日平均39PV (2024/3/24集計時点) (R3年度は4,657PV) ・ ニュースリリース、メディアタイアップ、定期広報誌発行やメルマガ配信時に、ページへの流入導線を配置 ・ 公開時期に合わせてメルマガ臨時号での特集
ブース出展・セミナー開催	・ 「シティフェスKYOTO2023」へのブース出展 ・ 洛和会セミナー開催	・ 京都在住、京都で働く女性に健康相談の場を設けることで、京都の女性の貴重な意見を集計できた。
内部体制の強化	委託事業者による広報資材改良（8点）	・ 普段使用しているチラシやDMを添削いただくことにより、第三者の視点から広報物の課題に気づくきっかけとなった。

3. 具体的施策 – 報道機関向けアプローチ①（ニュースリリースの作成・配信） –

“「健康の現在値（いま）」を見る”ための啓発等に向けて、協会けんぽ京都支部の保有する分析データを基にニュースを作成、事業所の健康に関する課題提起や注意喚起について等、社会性の高い情報づくりを意識してリリースした。

全国健康保険協会 京都支部
協会けんぽ
報道関係各位
2023年10月16日
全国健康保険協会（協会けんぽ）京都支部

京都府の健康課題 タクシードライバーのメタボリスクは1.3倍^{※1} 働き方改革にも「ドライバーの健康課題」を。

「最近どう？」。コミュニケーションから始まる、
ドライバーの健康増進を推進する「健康事業所宣言」事業所紹介

※1 タクシードライバーの健康課題
「タクシー会社男性被保険者」の令和4年度健診結果の年齢調整オッズ比
全国健康保険協会京都支部の男性被保険者 150,616 人のうちタクシー会社勤務の男性
5,153 人を調査
脂質リスクも32%多く、寝る前の食事が140%、歩行不足156%および運動不足61%、その他にも、悪い生活習慣が多数あることが分かる。

○悪い生活習慣	○良い生活習慣
・喫煙 +43%	・脂質リスク +32%
・寝る前の食事 +140%	・メタボリスク +32%
・朝食欠食 +53%	・糖尿病リスク +11%
・体重増加 +10%	・運動不足 +61%
・血圧リスク +18%	・歩行不足 +156%
	・歩行速度低下 +22%
	・睡眠不十分 -8%
	・早食い -17%
	・夜間間食 -13%
	・飲酒習慣 -35%
	・飲み過ぎ -50%

翌日の仕事に合わせた良い習慣と悪い習慣があり、禁煙・運動不足・解酒・寝る前の食事を考えることで健康に安全に仕事ができる。
コメント：医学博士 板根直樹 独立行政法人国立病院機構 京都医療センター 予防医学研究室長

（関連情報）ハイヤー・タクシー業界は、運転者の改善基準告示により、働き方改革も課題に。

「自動車運転者の労働時間等の改善のための基準」（厚生労働大臣告示）では、タクシー・ハイヤードライバーの時間外労働の上限は、令和6年4月より、原則月45時間、年360時間と定められる。

（厚生労働省：自動車運転者の長時間労働改善に向けたポータルサイト）

<https://driver-roadou-jikan.mhlw.go.jp/taxi/notice>

①2023.10.16

タクシードライバーのメタボリスクは1.3倍。
働き方改革にも「ドライバーの健康課題」を。
→令和4年度の健診結果データを基に、タクシー会社勤務の男性に焦点をあて分析。そこから明らかとなった働き方から生じる良い生活習慣、悪い生活習慣について情報発信。

リリース手法と結果

①アットプレス（ニュース配信サイト）配信
→35サイトに自動転載
→保健・医療専門メディア保健指導リソースガイド

②職員による記者クラブ（府政・経済）持ち込み・関係団体への情報提供
→京都新聞紙面（取材対応あり）
→タクシー協会業界紙紙面

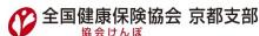
③個別プロモート（委託先による送付や架電）
→ラジオ関西「ばんぱひろふみラジオDEショー」



※出典：交通界21 2023.10.18

※出典：京都新聞 2023.11.24朝刊

3. 具体的施策 – 報道機関向けアプローチ② (ニュースリリースの作成・配信) –



2023年11月13日

報道関係各位

全国健康保険協会 (協会けんぽ) 京都支部

- News Letter -

調査リリース

11月14日は、世界糖尿病デー*1

「運動」は無料の薬。

はじめられる、続けられる「運動」を今、その一歩から。

歩行速度が遅いことが、糖尿病リスクを高める。
男性2.5割増、女性4.4割増*2。

糖尿病を代表とする生活習慣病は、35才からリスクが急激に上昇します。
万病の薬「運動」で、いつまでも健康に過ごす備えを。歩くことから始めてみませんか？

健康を自覚する、知る。「健康の現在値(いま)」見えていますか？

*1 世界糖尿病デー 国連が採択した、全世界で糖尿病予防を呼びかける日

「世界糖尿病デー」とは、2021年現在、世界の糖尿病人口は5億3,700万人に上っており、2045年には約7億8,300万人に達すると試算されています*3。中でも日本が位置するアジア・太平洋地域の患者数の増加は深刻で、2021年は2億6,000万人と全世界の約1/3の糖尿病患者がこの地域に集中しています。我が国においても、糖尿病と強く関わっている人々を特定できない人の割合は約2,000万人*4に上り、早急な対策が迫られています。

このような状況を踏まえ、国際連合(国連)は、IHF(国際糖尿病連合・現在約170ヶ国230団体加盟)が策定してきた「糖尿病の全世界的脅威を軽減する決議」を2006年12月20日に国連総会決議で採択しました。同時に11月14日を「世界糖尿病デー」に指定し、世界各地で糖尿病の予防、治療、療養を喚起する啓発運動を推進することを呼びかけました。

出典・一級引用：世界糖尿病デー実行委員会 (https://www.wkdj.jp/01_syuski.htm)

*2 全国健康保険協会京都支部35歳以上の加入者のうち男性148,911人、女性90,558人を調査(令和4年度)

*3 IHF(International Diabetes Federation) DIABETES ATLAS 10th Edition2022

*4 平成28年(2016年)国民健康・栄養調査(厚生労働省)

■全国健康保険協会京都支部調査 糖尿病リスク

加入者約24万人を対象とした健診受診データをもとに、運動習慣と糖尿病リスクの間係を調査した結果、ひとつずつの項目においては軽微な倍率ではあるが、これらの積み重ね



リリース手法と結果

①アットプレス(ニュース配信サイト) 配信

→35サイト自動転載

→転載先から日本医療衛生新聞に目が留まり紙面掲載

→保健指導リソースガイド(医療職者メディア)

②職員による記者クラブ(府政・経済)持ち込み・関係団体への情報提供

③個別プロモート(委託先による送付や架電)

→KBS京都テレビ「勇さんのびわ湖バイタル研究所」(トーク番組)

※出典
：日本医療衛生新聞
2023.11.20

②2023.11.13

運動は無料の薬。はじめられる、続けられる「運動」を今、その一歩から。
歩行速度が遅いことが、糖尿病リスクを高める。男性2.5倍、女性4.4割増
→世界糖尿病デー(2023.11.14)にあわせて、京都支部加入約24万人の令和4年度健診結果データから糖尿病リスクと運動習慣の関係性を分析し、発表。
また、専門家(医学博士)に記事を監修いただくことで訴求力を高めた。

※出典：保健指導リソースガイド 2023.11.14掲載
URL：<https://tokuteikenshin-hokensidou.jp/news/2023/012672.php>

3.具体的施策 –報道機関向けアプローチ③（ニュースリリースの作成・配信）-



2024年3月1日

報道関係各位

全国健康保険協会（協会けんぽ）京都支部

業態別 健康課題を見える化 「京都働き世代の健康データブック」公開 ～ビッグデータから課題を分析、企業への健康経営を支援～

全国健康保険協会京都支部（京都市下京区、支部長 守殿 俊二、以下「協会けんぽ京都支部」）は、同協会が保有する、加入者の健診・医療のビッグデータを分析し、業態別の健康リスクを見える化した「京都働き世代の健康データブック ～ここからだのサステナビリティ～」を制作し、本日より公開しました。



協会けんぽ京都支部では、加入者の皆様ご自身の健康や生活習慣に関する情報を得て、その情報を活用する力（ヘルシステラシー）を向上いただくために、広報プロジェクト「健康の現在値（いま）をみよう」を推進しています。加入者の皆様が生涯にわたり元気に、夢を持ち、活躍し続けるためには、普段の生活の中からは見えない体の現在値（いま）をみるのが大切であると考えています。その活動の一環として、協会けんぽ京都支部が保有するビッグデータを分析したデータブックを作成し、公開しました。業態別の健康課題をわかりやすく見える化したことで、加入者自身が、従事する業態の健康課題を知り、健康や医療に関する正しい情報を入手・理解するとともに、日々の健康管理に役立てていただけることが狙いです。また、健康課題の多い業態や事業所の健康経営のきっかけづくりにも繋げたい考えです。

③2024.3.1
業態別 健康課題を見える化「働き世代の健康データブック」公開
ビッグデータから課題を分析、企業への健康経営を支援

- 働き世代、業態別の健康課題・特徴を見える化
→業態に着目することで自分事として捉えてもらう
- 業態別の健康課題に応じた健康経営の推進
→それぞれの課題に応じた対策を解説

リリース手法と結果

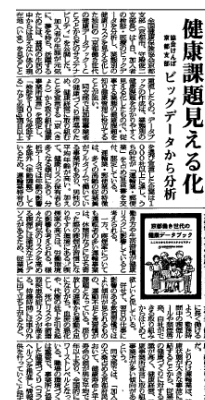
- ①アットプレス（ニュース配信サイト）配信
→28サイト自動転載（保健指導リソースガイド、excite.ニュース等）
- ②職員による記者クラブ（府政・経済）持ち込み・関係団体への情報提供
→へるすあつぷ21、日本流通新聞、労働新聞、読売新聞、京都新聞
- ③個別プロモート(委託先による送付や架電)
→日刊スポーツ、スポーツニッポン



※京都新聞 朝刊 令和6年5月31日掲載



※読売新聞 朝刊 令和6年5月8日掲載



※スポーツニッポン 令和6年3月28日掲載

※日本流通新聞 令和6年3月11日掲載

他多数掲載

3.具体的施策 –メディアタイアップ施策①（シティリビングWEB京都、京都新聞WEB）–

①シティリビングWEB京都（2023.12.6）

「協会けんぽで聞きました 変化していくカラダとこれからも上手に付き合いたい」

②京都新聞WEB（2024.2.29）

「京都働き世代の健康データブック」から見る健康の現在値（いま）と未来

記事型広告（広告出稿料を支払い、メディア記者へ取材申し込みを行う手法）という手段を活用し、**第三者視点で意見を伝えることで説得力のある情報発信を目指した。**

①シティリビングWEB京都

「京都府の女性が健康寿命最下位」ということから、ヘルスリテラシーを高めるためにも、特定保健指導を読者に体験していただく内容とした。

- ・京都府の女性が健康寿命最下位ということから女性向けの情報発信が必要であるとし、読者の7割が女性である上記メディアを採用した。
- ・40歳を超えた働く女性に「特定保健指導」の体験を通じ、健康と日頃から抱える健康の悩みについて支部保健師・管理栄養士に相談。「健康の現在値（いま）」を知ってもらうためにも体成分分析装置で分析し、その結果を踏まえ意見交換を行った。
- ・令和4年度・令和5年度ともに同媒体にて情報発信・アンケートを実施し、令和5年度は協会けんぽの事業の認知度が大きく向上した。

②京都新聞WEB

「京都働き世代のデータブック」の発行にあわせ、データブックの概要説明や作成に至った経緯などをインタビュー形式で記事を掲載した。

- ・支部HP、特設ページに比べ、メディアの発信力により**検索ワードにかかりやすくなる**効果がある。また、記者とコミュニケーションを取ることができることから、メディアが求める情報について理解を深めることができる。



①シティリビングWEB京都

(<https://city.living.jp/osaka/f-osaka/1415058/>)



②京都新聞WEB

(<https://city.living.jp/osaka/f-osaka/1415058/>)



3.具体的施策 -自社メディアを充実させるための施策（LP制作）-

本部および京都支部の公式サイトの内容を、一般向けに分かりやすくまたは補完するコンテンツを集約するサイトとして、LP（特設サイト）の役割を設定。

- ・さらにリリースやメディアタイアップ記事と同期した内容のコンテンツを作成、展開した。
 - ・コンテンツ制作においては、協会けんぽが保有するビッグデータを分析し、業態に注目した「コラボヘルス」に向けたコンテンツを作成した。
 - ・有識者の監修や事業所担当者との座談会等をデータをもとに掲載することで自分事として捉えてもらえるきっかけとなった。
- 今後も内部の知見、リソースを活用した事業所および加入者の行動を促すコンテンツを掲載し、啓発に資するウェブサイトとして展開を検討する。

身体の中は目に見えない。だから、
健康の現在値(いま)を正しく知ろう

MENU

まずは暮らしを振り返る



からだを知る



生活習慣病は突然に



① 運動するなら今、居間から



② 健康のキーワードは「最近どう？」



③ 「健康事業所宣言」がもたらす企業価値の向上



④ 京都働き世代の健康データブック



現在値(いま)をみる



健康保険料の有効活用



LP閲覧数

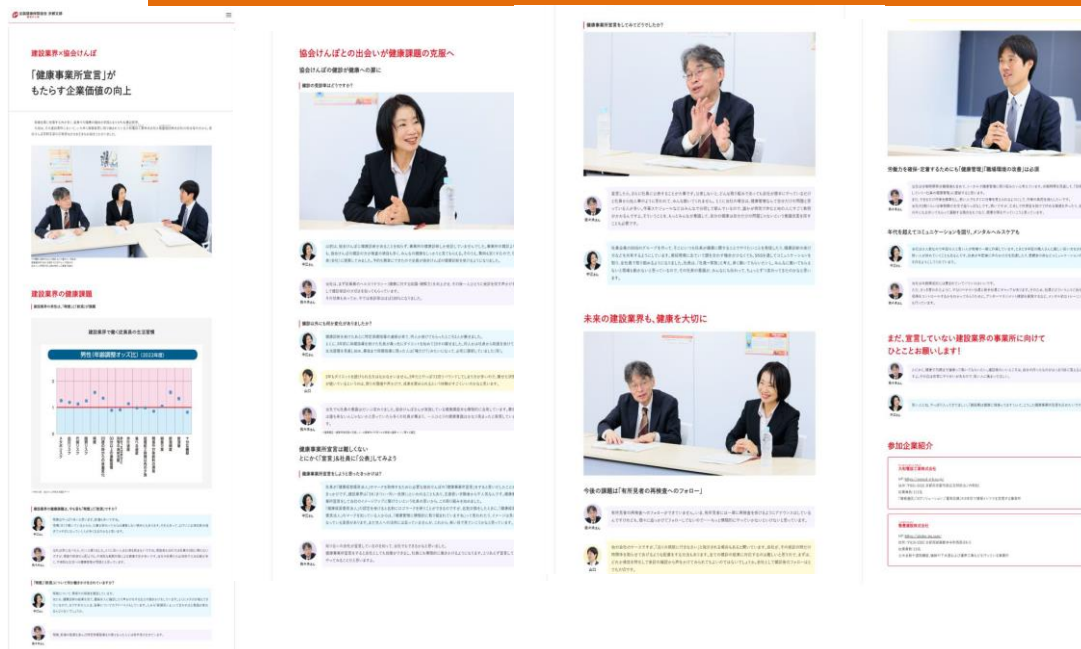
TOP	公開日	PV	1日平均
TOP	2023/10/16	4792	27
健康のキーワードは「最近どう？」	2023/10/16	504	3
運動するなら今、居間から	2023/11/17	372	2
「健康事業所宣言」がもたらす企業価値の向上	2024/2/26	257	4
京都働き世代の健康データブック	2024/3/1	93	3
総PV		6018	39

1日平均：公開期間により除算

前年度に比べ、総アクセス数は増加しているものの、1日平均PV数が39PVと少ないため、アクセス数を高める施策に検討が必要。

- ①医学博士である坂根直樹先生監修：運動習慣と糖尿病の関係
- ②タクシー業界2社担当者との座談会：タクシー業界の健康課題と特徴
- ③建設業界2社担当者との座談会：建設業界の健康課題と特徴
- ④業態別の健康課題に着目したデータブックの概要説明

3.具体的施策 -自社メディアを充実させるための施策（LP制作）-



建設業界2社との座談会

健康課題の解決のためにまずは「健康事業所宣言」を。

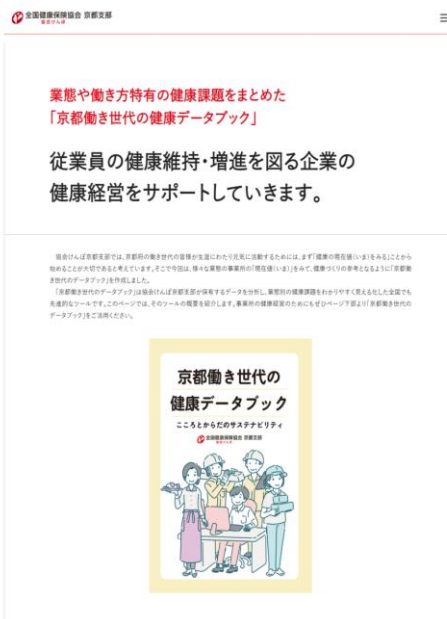
「健康事業所宣言」をするにあたった経緯や宣言後の取り組みについてインタビュー記事を作成。

公開日：令和6年2月26日

総PV数：257PV



<https://kyoto01.kyoukaikenpo.or.jp/sengen/>



「京都働き世代の健康データブック」の概要説明

健診データ等を分析し、業態ごとに着目した「京都働き世代のデータブック」。主な業態の健康課題や特徴についてピックアップし掲載。

公開日：令和6年3月1日

総PV数：93PV



<https://kyoto01.kyoukaikenpo.or.jp/kenkoudatabook/>

3.具体的施策 -ブース出展・セミナー開催（シティフェスKYOTO2023）-

【協会けんぽ京都支部の活動を知ってもらう場を作る】

「シティリビング京都」主催の、女性限定イベント「シティフェスKYOTO2023」へのブース出展および健康セミナー（洛和会協力）の実施を行い、京都在住または京都で働く女性に京都支部の活動を広めた。



・会場にてアンケート調査を行い、貴重な意見を集計することができた。

●アンケート回答内容集計結果

- ・睡眠の悩み
（不眠、夜中に何度も目が覚める、寝つきが悪い、眠りが浅い等）
- ・運動習慣の悩み
（運動不足とわかっているが、時間が取れない、どんな運動が効果的かわからない等）
- ・体の疲れやすさの悩み
（疲れやすくなった。寝ても疲労が取れない、肩や腰、膝の痛みがある等）
- ・体重の変動の悩み
（太りやすくなった、痩せにくくなった、脂肪が落ちにくい等）
- ・高血圧の悩み
（年々高くなる、それに伴う飲酒制限の悩み等）
- ・骨粗しょう症、食後血糖値の悩み
（骨が痛い、骨粗しょう症で骨折した、食後の血糖値が高い等）

全国健康保険協会
京都支部

ひとに聞けない…
健康のお悩み、たくさんありますよね。
協会けんぽ京都支部は、そんなお悩みにおこたえたいのです。
みなさんの健康の悩み、教えてください。

「健康の相談室（いそ）」は、お悩みを解決するための窓口です。
できるだけ早く、そして安心して相談してください。

年代を教えてください（1つ□をつけてください）
～10代 / 20代 / 30代 / 40代 / 50代 / 60代 / 70代～

お勤め先等、普段の主な過ごし方（2つまで○をつけてください）
会社勤めや自営・フリーランス / 家事 / 学生 / その他

協会けんぽ京都支部 広報サイトでお答えしていきます！
<https://kyoukaikenpo-kyoto-hoken.jp/>

4.令和6年度の方針

特設ページの改修により、事業所の健康経営・健康づくりの推進

特設ページを通じて健康づくり推進

令和5年度は主にビッグデータを活用し業態ごとに着目した広報を実施した。

特に「京都働き世代のデータブック」においては多数メディアに掲載されたことで、業態特有の働き方からくる健康課題や特徴は世間の関心が高いコンテンツであることが分かった。

事業所担当者との座談会では、実際にどのような健康づくりの取り組みを行っているか、健康づくりで苦労したことなど、健康づくりに取り組んでいる事業所が欲しい情報を掲載した。

特設ページをより見たくなるページへ



特設ページをより多くの事業所に見ていただくことで、事業所の健康づくり推進を促す。
具体的な数値目標として令和7年3月末までに健康事業所宣言数を1,340社以上とする。

令和6年度版「京都働き世代のデータブック」の作成

令和6年度：健康経営に取り組む効果を見える化。

→健康事業所宣言をすることで健康リスクが改善した事業所の取り組み事例や、健康づくりに取り組むメリットについて作成予定。

参考データ

